

COSAS

BETTY IBÁÑEZ
VESTIR LO ESENCIAL

JOSÉ LUIS LUPO
"LO CORRECTO TIENE QUE ESTAR
SIEMPRE SOBRE LA MESA"

ESPECIAL

MODA

Revistas.PeruRadio.net.pe

7ª EDICIÓN

WINE 20 FEST 26

11 - 12 - 13
JUNIO
CAMPO FERIA
CHUQUIAGO MARKA
¡NUEVA UBICACIÓN!

JUEVES 11

**DESZAIRE
PK2**

VIERNES 12

**BOLITAS
LA PESADA (TRIBUTO ATAJO)
OCTAVIA**

SÁBADO 13

**CANARIOS DEL CHACO
ESTHER MARISOL
SANGRE CHAQUEÑA**

ENTRADAS EN:
elgenioX.com



Revistas.PeruRadio.net.pe



VINO LO BUENO!
VINO WINE FEST!

**BUEN VINO
MEJOR SINGANI
MÚSICA EN VIVO
GASTRONOMÍA**



UN EVENTO DE:

**WINE
Fest**

PAÍS INVITADO:



**AMBASSADE
DE FRANCE
EN BOLIVIE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

CON EL AUSPICIO DE:

Bagó
Ética al servicio de la salud

Crediseguro

BCP

Delizia

COSAS

**CAMPO FERIA
Chuquiago
Marka**

ESPACIOS VERDES

beyond
BY ESPACIOS VERDES

Revistas.PeruRadio.net.pe

CUANDO ELLAS SON LAS MAYORES

LAS PAREJAS QUE REABRIERON EL DEBATE SOBRE LA EDAD,
EL PODER Y EL DOBLE RASERO

Un beso en Madrid, una cita en Los Ángeles y unas fotos cariñosas en redes bastaron para reactivar un viejo reflejo de la farándula: cuando la mujer es mayor, el romance deja de ser solo romance y se convierte en tema. Eso pasó con Aitana Sánchez-Gijón y Maxi Iglesias. También con Dakota Johnson y Role Model. Y, en menor escala, con Jessica Alba y Danny Ramirez. La pregunta ya no es si estas parejas sorprenden. La pregunta es por qué siguen sorprendiendo tanto. Y, sobre todo, por qué el juicio social cambia tanto cuando la diferencia de edad favorece a ella y no a él.

Por Redacción COSAS/ Fotos Shutterstock

Hay historias de amor que llegan con envoltorio de escándalo aunque nadie haya hecho nada escandaloso. Basta con que rompan una regla no escrita. Durante décadas, el espectáculo nos acostumbró a ver hombres mayores con mujeres menores sin convertir eso, automáticamente, en

un asunto ideológico. Se comentaba, sí. A veces se criticaba. Pero pocas veces se trataba como una anomalía en sí misma. Cuando el esquema se invierte, en cambio, la conversación cambia de tono: aparecen la sospecha, el morbo, la sorpresa exagerada y un escrutinio especial sobre la edad de ella. El caso reciente de Aitana y Maxi lo dejó clarísimo.

AITANA SÁNCHEZ-GIJÓN Y MAXI IGLESIAS

La pareja que detonó esta conversación fue, sin duda, la de Aitana Sánchez-Gijón y Maxi Iglesias. *El País* y otros medios españoles recogieron la publicación de imágenes en las que ambos aparecen besándose y mostrando una complicidad que disparó titulares en toda España. Ella tiene 57 años y él 35: son 22 años de diferencia.

Lo interesante no es solo la noticia, sino el tipo de reacción que provocó. Casi de inmediato, buena parte del foco se desplazó hacia la edad de Aitana, como si esa cifra explicara por sí sola por qué la historia era tan comentada. La actriz reaccionó compartiendo una reflexión crítica sobre la obsesión pública con la intimidad ajena, mientras en radio y prensa empezaron a aparecer comentarios señalando el doble rasero con que se miran estas relaciones. En la Cadena SER, por ejemplo, Martín Bianchi criticó abiertamente que durante años la prensa rosa normalizara a “hombres mucho mayores” con mujeres jóvenes y ahora mirara con prejuicio el caso contrario.

Y ahí está la clave. Aitana no encaja en el papel tradicional que la cultura pop asignó durante tanto tiempo a las mujeres de su edad. No aparece en un rol maternal, ni nostálgico, ni “fuera del mercado”. Aparece como protagonista de una historia de deseo. Y eso, todavía hoy, sigue generando una incomodidad particular.



DAKOTA JOHNSON Y ROLE MODEL

Si el caso de Aitana y Maxi representa la versión más evidente del fenómeno, Dakota Johnson y Role Model prueban algo todavía más revelador: no hace falta una diferencia enorme para que el dato se convierta en noticia cuando la mujer es mayor. Según *People*, Dakota, de 36 años, fue vista besándose y paseando con el músico Role Model, de 28, en Los Ángeles a inicios de abril. La cobertura subrayó no solo las nuevas imágenes, sino también que ya habían sido vinculados desde finales de 2025.

Aquí la brecha es de ocho años. No es una distancia extraordinaria. No parece, a simple vista, una diferencia capaz de alterar radicalmente las etapas de vida de dos adultos que ya tienen trayectorias propias. Y, sin embargo, la edad vuelve a estar en el centro del relato. Eso dice mucho. Porque si ocho años ya bastan para que el vínculo sea leído bajo esa lupa, entonces el verdadero tema no es la magnitud del número, sino quién ocupa el lugar de la persona mayor.

Dakota Johnson, además, aporta un detalle interesante a esta conversación. No es una celebridad asociada al escándalo romántico permanente. Su imagen pública suele ser bastante más seca, más irónica y más reservada. Precisamente por eso, cuando aparece en una historia así, el tratamiento mediático deja al descubierto ese viejo reflejo cultural: cuando ella es mayor, el romance parece pedir explicación.



JESSICA ALBA Y DANNY RAMIREZ

Jessica Alba y Danny Ramirez entran en esta conversación desde otro lugar. Según *People*, la actriz de 44 años compartió a comienzos de abril una serie de imágenes de sus últimos meses, entre ellas varias con Danny Ramirez, de 33, mostrando una relación cada vez más visible y ya integrada a su vida pública. El medio recordó además que la pareja había sido vinculada desde julio de 2025 y que oficializaron su romance en redes en noviembre.

La diferencia aquí es de 11 años. Más que la de Dakota, menos que la de Aitana. Y justo por eso resulta útil: demuestra que el comentario social no desaparece aunque la relación se vea relajada, adulta y natural. Jessica Alba no está protagonizando un romance deliberadamente provocador ni una historia de shock mediático. Lo que proyecta, al menos desde fuera, es una relación asumida sin grandes aspavientos. Pero incluso ahí el dato de la edad sigue siendo parte esencial de la lectura.

Eso confirma algo importante: no siempre se necesita un escándalo para que una mujer mayor con un hombre menor sea tratada como excepción. A veces basta con que la escena contradiga una costumbre vieja. Y la costumbre vieja, por supuesto, siempre fue otra: hombre consolidado, mujer más joven, libretto conocido.



LO QUE DE VERDAD INCOMODA

Tal vez por eso estas historias resultan tan irresistibles para la farándula. No solo hablan de amor, hablan de jerarquías. Durante años, el hombre mayor fue presentado como más interesante, más poderoso, incluso más atractivo gracias a la edad. A la mujer, en cambio, se la empujó a una lógica distinta: cuanto más joven, mejor. Cuando una mujer rompe ese libretto y aparece ocupando el lugar de quien tiene más años, más experiencia y, aun así, sigue siendo deseada, el sistema simbólico se desacomoda.

Por eso el ruido suele ser mayor. No porque todas estas relaciones oculten algo oscuro, sino porque muchas personas todavía leen a la mujer mayor como una figura fuera del papel que le fue asignado. Ahí aparecen el morbo, la condescendencia y hasta una sospecha casi automática que no siempre se activa con la misma fuerza cuando el mayor es él. Y ese es, probablemente, el verdadero corazón de esta conversación.

SAM TAYLOR-JOHNSON Y AARON TAYLOR-JOHNSON

Ahora bien, no toda crítica a una relación con diferencia de edad nace del machismo ni todo caso se puede meter en la misma bolsa. Por eso el ejemplo de Sam Taylor-Johnson y Aaron Taylor-Johnson sigue siendo importante. Diversos perfiles sobre la pareja recuerdan que se conocieron en *Nowhere Boy* cuando él tenía 18 años y ella 42, con una diferencia total de 23 años.

Ese dato cambia el eje de la conversación. Ya no se trata solo de una mujer mayor saliendo con un hombre menor. Aquí entra en juego algo más sensible: la etapa vital en la que él estaba cuando comenzó todo y la evidente asimetría de experiencia y poder. Por eso este caso suele ser citado una y otra vez: no porque confirme que toda relación así es problemática, sino porque obliga a introducir un matiz imprescindible. No es lo mismo una historia entre dos adultos plenamente consolidados que una relación que arrancó cuando la persona más joven apenas entraba en la adultez.

Hacer esa distinción es importante. De lo contrario, el debate se vuelve torpe. Porque una cosa es denunciar el prejuicio automático contra las mujeres mayores que salen con hombres menores, y otra muy distinta es negar que existen casos donde la cronología plantea preguntas válidas. Una conversación sería necesa ambas cosas: detectar el doble rasero y, al mismo tiempo, no apagar la alarma cuando el contexto realmente la justifica.



El romance entre Aitana Sánchez-Gijón y Maxi Iglesias lo puso en primer plano. Dakota Johnson y Role Model lo confirmaron en versión más sutil. Jessica Alba y Danny Ramirez demostraron que ni siquiera una relación tranquila y asumida escapa de esa lectura. Y el caso de Sam Taylor-Johnson recuerda que no todo se reduce a un simple "el amor no tiene edad", porque a veces también hay cuestiones de poder que importan.

En el fondo, la gran pregunta no es si estas parejas funcionan o no. Eso solo lo saben quienes las viven. La pregunta realmente reveladora es por qué seguimos concediendo más naturalidad al deseo masculino con diferencia de edad que al femenino. Mientras esa respuesta no cambie del todo, cada vez que una mujer mayor se enamora de un hombre menor, la historia seguirá siendo noticia. Pero también seguirá siendo espejo. ■

CASACOR

MENTE Y CORAZÓN

BOLIVIA

AV. LA SALLE, CANAL ISUTO
A 300 MTS. DEL 2DO. ANILLO
13.05 – 20.06.2026



GARANTICE SU
INGRESO

La más completa muestra de arquitectura,
arte, diseño de interiores y paisajismo
de las Américas

PATROCINADORES



APOYO



VEHÍCULO OFICIAL





14

DESTACADOS

ABRIL DE 2026



21



18



BETTY IBÁÑEZ 14
Vestir lo esencial

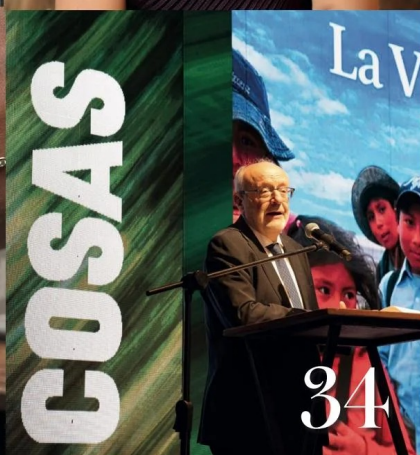
JOSÉ LUIS LUPO 18
"Lo correcto tiene que estar siempre sobre la mesa"

ESPECIAL COSAS MODA 21

ERICKA SUÁREZ WEISE 22
Y sus COSAS favoritas



30



34

ROLEX EN WATCHES AND WONDERS 30
La mirada de Isabella Peña Céspedes sobre el arte de la relojería

EVENTO COSAS 34
Siete años liderando el reconocimiento a la sostenibilidad

MI CAVA COSAS 44
Gustavo Méndez: Italia en la copa

ADDISON RAE 48
De fenómeno digital a figura real de la industria



44



48

EN PORTADA

La destacada paisajista Betty Ibáñez posa para la portada de COSAS en el marco del lanzamiento de su nueva marca de moda de autor BI. Fotografía por Jairo Bravo.

Somos parte de tu destino

DTT
AUTORIDAD DE REGULACIÓN Y FISCALIZACIÓN
DE TELECOMUNICACIONES Y TRANSPORTES



Hay formas de ir a Europa
y solo una de volar

aireuropa.com

æ AirEuropa
Tú decides

40 AÑOS

Revistas.PeruRadio.net.pe



FUNDADA EN 1999
NIT N° 122617024
DEPÓSITO LEGAL N° 4-3-65-03

Directora
CARLA TEJERINA DE CABEZAS

Editora ANA SOFÍA CABEZAS

Periodista MARÍA JOSÉ PAREJAS

Consejo editorial MIGUEL SOLIS HAILLOT
QUITO VELASCO
CARMEN LUZ CALVO
GASTÓN SERRANO
ANDREA OVIEDO

Departamento de Arte JAVIER VELASCO

Fotografía ALEJANDRA REZNICEK
PABLO MANZONI
JULIO GONZALEZ
MARTINA CABEZAS

EDITORA Y PROYECTOS S.A.

Gerente Regional Santa Cruz CLAUDIA POMMIER
cpommier@cosas.com

*Revista "COSAS" editada por
Editora y Proyectos S.A.* CALACOTO CALLE 23, TORRE EMPRESARIAL TITANIUM
OF. 102
TEL: 2150191
CASILLA: 9858
LA PAZ
PASEO COMERCIAL "EL CHUUBI" N°34
EQUIPETROL TEL: 3145205
SANTA CRUZ

Pre-Impresión digital e Impresión SPC IMPRESORES S.A.

Representante Legal ORLANDO CABEZAS

Editora Internacional SOLEDAD MIRANDA IBARRA

Bureau en Nueva York MANUEL SANTELICES ITURRIAGA

Corresponsales:
Nueva York: FRANCISCA REYES C.
Hollywood: YENNY NUN
Londres: LORETO HERMAN
NATHALIE MALINARICH
París: ANDREA DESORMEAUX
EZEQUIEL DORIA MEDINA
Copenhague: TATIANA RAMÍREZ
Zurich: PAULA AMUNÁTEGUI
Buenos Aires: CLAUDIA ECHEVERRÍA
Mar del Plata: VERÓNICA FOXLEY DETMER

*Servicios informativos exclusivos
Agencias:* GAMMA PRESSE, ANGELI, SIPA PRESS,
EUROPA PRESS, CAMERA PRESS,
SERPESA S.A.

Publicaciones: NEWSWEEK, PARIS MATCH, GENTE,
NOTICIAS, TRIBUNA DE ACTUALIDAD.

EDICIONES INTERNACIONALES

"Cosas" Chile Directora MÓNICA COMANDARI KAISER

"Cosas" Perú Directora ELIZABETH DULANTO DE MIRÓ QUESADA

"Cosas" Ecuador Directora CLAUDIA GONZÁLES

"Cosas" México Directora ARLENNE MUÑOZ VILCHIS

SUSCRIPCIONES: 2150191 - 3145205
WWW.COSAS.BO / EMAIL: REVISTACOSAS@COSAS.COM

BOLIVIA: 30 Bs.

PROHIBIDA TODA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DEL CONTENIDO DE ESTA REVISTA.



EL GUSTO QUE COMPARTIMOS

EL CONSUMO EXCESIVO DE ALCOHOL ES DAÑINO PARA LA SALUD.
VENTA PROHIBIDA A MENORES DE 18 AÑOS DE EDAD.

Revistas.PeruRadio.net.pe

COSAS DE FAMOSOS

Por Redacción COSAS/ Fotos Shutterstock

Aitana volvió a acaparar titulares tras su comentada aparición en el concierto de Rosalía en Madrid, donde, en tono distendido, recordó su relación con Sebastián Yatra durante el “confesionario” del *Lux Tour*. La artista relató entre risas el motivo de su ruptura —una conversación sobre fidelidad al cumplir un año de relación—, generando una ola de reacciones en redes, pero lejos de la polémica, lo que más llamó la atención fue su actitud posterior. Tras el show, Aitana se mostró serena y contundente sobre su presente sentimental: “Nunca he estado tan feliz en mi vida”, aseguró, dejando claro que atraviesa un momento personal pleno. Actualmente en una nueva relación y enfocada en su bienestar, la cantante ha optado por tomarse con humor el episodio y restar dramatismo a una historia pasada que, aunque mediática, parece ya completamente superada.



La cantante argentina Emilia Mernes rompió el silencio en medio de la polémica que la vincula con Tini Stoessel y María Becerra, pidiendo públicamente que cesen los ataques en redes sociales. A través de un mensaje cargado de emoción, la artista expresó su angustia ante la ola de comentarios negativos y desinformación que ha circulado en los últimos días: “Por favor, les quiero pedir que paren... es muy doloroso para mí y para toda mi familia”, afirmó, asegurando además que muchas de las versiones

difundidas no son ciertas. El conflicto, que se intensificó tras gestos en redes como dejar de seguirse y rumores sobre tensiones profesionales y personales, escaló rápidamente hasta convertirse en uno de los temas más comentados del espectáculo argentino. Sin embargo, Emilia insistió en que las diferencias ya habían sido habladas en privado y que siempre estará abierta al diálogo, marcando distancia del enfrentamiento mediático y enfocándose en el impacto real que este tipo de situaciones tiene en la salud emocional de quienes están involucrados.



LA CANTANTE ARGENTINA EMILIA MERNES ROMPIÓ EL SILENCIO EN MEDIO DE LA POLÉMICA QUE LA VINCULA CON TINI STOESSEL Y MARÍA BECERRA, PIDIENDO PÚBLICAMENTE QUE CESEN LOS ATAQUES EN REDES SOCIALES. A TRAVÉS DE UN MENSAJE CARGADO DE EMOCIÓN, LA ARTISTA EXPRESÓ SU ANGUSTIA ANTE LA OLA DE COMENTARIOS NEGATIVOS Y DESINFORMACIÓN QUE HA CIRCULADO EN LOS ÚLTIMOS DÍAS.

Olivia Rodrigo ha vuelto a captar la atención global con una estrategia tan simple como efectiva: candados rosas distribuidos en algunas de las ciudades más icónicas del mundo. Los pequeños objetos, grabados con las iniciales “OR”, han aparecido en puentes y puntos emblemáticos de Los Ángeles, Londres, París y Nueva York, desatando una auténtica búsqueda entre sus fans, que documentan cada hallazgo en redes sociales. Lejos de ser un gesto decorativo, todo forma parte de la campaña de lanzamiento de su nueva etapa musical, que anticipa el estreno de “Drop dead”, el primer single de su esperado tercer álbum, *You seem pretty sad for a girl so in love*. Esta “pink era” no solo marca un giro estético respecto a sus trabajos anteriores, sino también una evolución sonora y narrativa, con una propuesta que mezcla romance, melancolía y madurez artística. Aunque la fecha de estreno aún no ha sido confirmada, la propia Olivia Rodrigo ha dejado claro su entusiasmo por el proyecto, afirmando que se siente “muy orgullosa”, mientras mantiene a su audiencia en vilo con una campaña que convierte cada pista en un evento global.



Harry Styles volvió al centro de la conversación global con el lanzamiento de su cuarto álbum de estudio, *Kiss All the Time*. *Disco, Occasionally*, un proyecto que marca una nueva etapa estética y sonora en la evolución

del artista británico, consolidado como una de las figuras más influyentes del pop contemporáneo. En este nuevo trabajo, el exintegrante de One Direction apuesta por una identidad más relajada y ligada a la cultura de club europea, incorporando referencias a la escena berlinesa y sonidos cercanos al disco y la electrónica, en contraste con las exploraciones previas que definieron álbumes como *Fine Line* o *Harry's House*. La propuesta no solo reafirma su capacidad de reinventarse en cada ciclo musical, sino que también llega en un momento en el que nuevos artistas masculinos, influenciados por su estética y libertad expresiva, comienzan a disputar el protagonismo en las listas globales. Aun así, Harry Styles mantiene su posición como referente de una generación que ha redefinido las normas del pop masculino, combinando sensibilidad, ambigüedad estética y una visión artística en constante transformación.



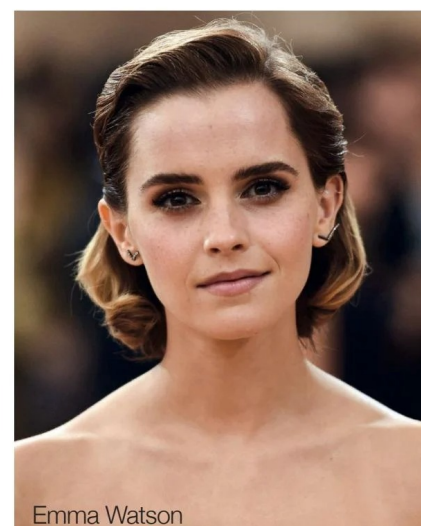
completa” ante un jurado, en referencia a la audiencia prevista para mayo. En su declaración, Lively subrayó que la demanda nunca fue una decisión sencilla, pero que se vio impulsada por lo que describió como un entorno laboral adverso y represalias posteriores a sus denuncias, enmarcando su caso dentro de una problemática más amplia vinculada a la protección de las víctimas. Mientras su equipo legal insiste en que el fallo responde a aspectos técnicos y no invalida el fondo de las acusaciones, desde el entorno de Baldoni celebraron la resolución parcial a su favor. Más allá del frente judicial, la actriz aprovechó para advertir sobre lo que denomina “violencia digital”, cuestionando la forma en que el caso ha sido tratado como un espectáculo mediático y enfatizando que este tipo de situaciones trascienden el ámbito de las celebridades, posicionando su batalla como parte de una discusión mayor sobre exposición, poder y vulnerabilidad en la industria.



Blake Lively rompió su silencio tras el reciente revés judicial en su caso contra Justin Baldoni, luego de que un juez en Nueva York desestimara parte importante de sus acusaciones por acoso sexual, difamación y conspiración, una decisión que reduce el alcance legal de la demanda pero no pone fin al proceso. Lejos de adoptar una postura defensiva, la actriz respondió con un mensaje firme en redes sociales, donde aseguró que continuará adelante con el juicio y que este le permitirá exponer “su historia

Emma Watson volvió a encender las especulaciones mediáticas tras ser vista nuevamente junto al empresario mexicano Gonzalo Hevia Baillères, heredero de una de las familias más influyentes de América Latina, en una serie de apariciones que han reforzado los rumores de un posible romance. La dupla, que ha optado por mantener un perfil bajo, fue captada en destinos exclusivos como Courchevel, en los Alpes franceses, y Punta Mita, en México, escenarios que han alimentado la narrativa de una relación

lejos del ojo público pero constante en el tiempo. La combinación entre la imagen global de Watson —marcada por su carrera en Hollywood y su activismo— y la proyección empresarial de Hevia Baillères, vinculado a proyectos de tecnología e inversión, ha generado un particular interés en torno a este vínculo que conecta dos universos muy distintos. Aunque ninguno ha confirmado la relación, la repetición de encuentros y la coincidencia en agendas internacionales han sido suficientes para que medios y seguidores interpreten una cercanía que va más allá de lo casual, reforzada además por el historial mediático del empresario, anteriormente vinculado a Belinda. En ausencia de declaraciones oficiales, el hermetismo de ambos no ha hecho más que aumentar la intriga en torno a una de las posibles parejas más comentadas del momento. ■



EMMA WATSON VOLVIÓ A ENCENDER LAS ESPECULACIONES MEDIÁTICAS TRAS SER VISTA NUEVAMENTE JUNTO AL EMPRESARIO MEXICANO GONZALO HEVIA BAILLÈRES, HEREDERO DE UNA DE LAS FAMILIAS MÁS INFLUYENTES DE AMÉRICA LATINA, EN UNA SERIE DE APARICIONES QUE HAN REFORZADO LOS RUMORES DE UN POSIBLE ROMANCE.



BETTY IBÁÑEZ

VESTIR LO ESENCIAL

Hay trayectorias que no cambian de rumbo, sino que evolucionan. En el caso de Betty Ibáñez, su paso del paisajismo al diseño de moda no responde a una ruptura, sino a una expansión natural de su universo creativo. Durante años, su trabajo estuvo ligado a la creación de espacios donde la naturaleza, la proporción y el tiempo construyen experiencias. Jardines pensados para ser habitados, paisajes que transmiten sensaciones a quienes los recorren. Hoy, esa misma sensibilidad encuentra una nueva escala: el cuerpo.

Por Redacción COSAS/ Fotos Jairo Bravo

Su primera línea de ropa, BI, nace desde la intuición. Desde un momento íntimo, casi imperceptible, pero decisivo. “Estaba frente a mi clóset, observando una prenda y sentí que me hablaba. Que me pedía ser reinterpretada”, cuenta. No fue una decisión racional ni un giro estratégico, sino una certeza silenciosa. Ahí entendió que no estaba cambiando de camino,

sino ampliándolo. BI es, en esencia, la continuidad de una mirada, de una forma de entender la estética y la vida.

Lejos de las tendencias, Betty diseña desde la coherencia personal. Cada prenda responde a la misma lógica con la que construye un paisaje: proporción, equilibrio, textura y permanencia. Hay una búsqueda clara de atemporalidad, de piezas que no dependan de una temporada, sino de una identidad. En un

entorno donde la moda suele responder a lo inmediato, su propuesta apuesta por lo duradero, por aquello que trasciende.

En su universo, el “verde” no es solo un color, sino un lenguaje. Es vida, calma, origen. Es una forma de conexión con lo esencial. Esa relación profunda con la naturaleza se traduce en materiales nobles, en la textura del cuero, en líneas limpias y en una estética que evita el exceso. Todo está pensado con intención. Cada pieza



respira, tiene un ritmo propio, una armonía que remite a la tierra, a lo orgánico, a lo verdadero.

La versatilidad es otro de los pilares de la colección. Las prendas no están pensadas para un solo momento, sino para acompañar distintos escenarios, distintos estados, distintas versiones de quien las lleva. Se transforman según cómo se usen, cómo se combinen, cómo se vivan. No imponen, acompañan. En ese sentido, Betty imagina a una mujer segura, que no busca validación externa, que entiende el valor de lo atemporal y que elige desde la autenticidad.

El sello de BI radica precisamente en su origen. No nace desde la moda, sino desde la arquitectura del espacio y la sensibilidad por la naturaleza. Esa raíz redefine la forma de diseñar. Cada pieza tiene estructura, intención y propósito. La estética no está separada de la funcionalidad: ambas conviven de manera natural. Como en el paisajismo, donde un espacio debe ser bello pero también habitable, en BI las prendas deben sentirse bien, adaptarse al cuerpo, acompañar el movimiento.

Santa Cruz aparece como un escenario clave para esta propuesta. Una ciudad con identidad, clima y carácter propios, donde la moda también se vive desde lo cotidiano. En ese contexto, Betty busca aportar una mirada más sofisticada, más consciente, alineada con lo que hoy se entiende como lujo silencioso: piezas que no necesitan exagerar para destacar, que encuentran su valor en la calidad, en la forma y en la intención.

Sin embargo, su visión no se limita a lo local. BI nace con una vocación internacional clara. La idea es proyectar una Bolivia contemporánea, creativa y con identidad, lejos de los estereotipos. Una marca que dialogue con el mundo desde lo esencial, desde una estética depurada pero con profundidad. "Me gustaría que cuando alguien vea una prenda BI, sienta que hay una historia detrás, una sensibilidad distinta, una conexión real con lo natural", afirma.

Así como durante años transformó espacios, hoy Betty propone algo más íntimo: que la ropa también tenga el poder de acompañar procesos personales. No se trata de cambiar a quien la usa, sino de revelar lo que ya está en ella. De potenciar, de ordenar, de conectar. Vestirse, en ese sentido, deja de ser solo una elección estética para convertirse en una forma de habitar.

Si tuviera que definir esta colección en una sola idea, no duda: evolución. No es un cambio, insiste, sino la expansión de lo que siempre fue. Y en esa expansión, Betty Ibáñez traslada su universo, hecho de naturaleza, equilibrio y sensibilidad, a una nueva dimensión donde el diseño se vuelve experiencia. ■



Casco Antiguo

1.30 Hrs



Colón

Copa Airlines



PANAMA



DESAYUNO EN EL CARIBE, ALMUERZO EN EL PACÍFICO

PANAMÁ TIENE DE TODO
- Y MUY CERCA -

HAZ UNA PARADA GRATIS
EN TU PRÓXIMO VIAJE



Revistas.PeruRadio.net.pe

JOSÉ LUIS LUPO

“LO CORRECTO TIENE QUE ESTAR SIEMPRE SOBRE LA MESA”

En uno de los momentos más complejos para Bolivia, José Luis Lupo asume un rol clave en la toma de decisiones. De candidato a la vicepresidencia a Ministro de la Presidencia, su llegada, afirma, responde más a una necesidad que a una estrategia. En conversación con COSAS, aborda con franqueza el peso de la crisis, la lentitud de los avances y la urgencia de reconstruir institucionalidad, dejando claro que su rol no es una aspiración personal, sino un compromiso con el país.

Por Carla Tejerina/Fotos Alejandra Reznicek

Antes de comenzar, vale la pena conocer al entrevistado. José Luis Lupo es, ante todo, un hombre profundamente arraigado a su familia: cercano a su esposa, hijos y nietos, y a un círculo de amigos que lo ha acompañado a lo largo de los años. Ese perfil personal convive con una sólida trayectoria en el ámbito público e internacional.

Economista formado en la Universidad Autónoma Metropolitana de México, con una maestría en la Universidad de Colorado. Fue ministro en distintos gobiernos y ha ocupado altos cargos en instituciones como la CAF, además de ser una de las figuras más relevantes del BID para la región en los últimos 20 años, ocupando gerencias regionales y cargos de dirección en este organismo.

Con más de dos décadas de experiencia, su regreso a la función pública responde, según afirma, a un compromiso con el país. En medio de una agenda exigente, se toma un espacio para conversar con COSAS con naturalidad y franqueza.

Pasaste de ser candidato a la vicepresidencia a convertirte en una especie de “superministro”, en otro esquema de poder. ¿Qué ocurrió en ese tránsito? ¿Fue pragmatismo, convicción o necesidad?

Yo creo que fue, como dicen los colombianos, “cuando toca, toca”. No hubo mucho

análisis detrás; hubo una necesidad de hacerlo.

Yo fui candidato a la vicepresidencia y ahí redescubrí Bolivia y a su gente. Me reencontré, después de más de 23 años fuera del país, con mucho cariño, con mucho respeto y con una gran cercanía con la gente.

Cuando terminó la campaña, sentí el compromiso de seguir en Bolivia, de seguir de alguna forma.

Luego, el presidente me llamó, una vez que estaba ya en la segunda vuelta, para conversar en varias ocasiones. Y cuando fue electo, me invitó a ser Ministro de la Presidencia. Ahí me planteó su esquema y la necesidad que veía para el país.

Para mí no hubo mucho que pensar: tuve que aceptar inmediatamente.

Hay quienes ven su rol como una continuidad de ideas de otro proyecto político dentro de este gobierno. ¿A quién es realmente leal José Luis Lupo? ¿A su pasado político, a la actual gestión o a una agenda propia construida en base a una larga experiencia institucional?

Yo creo que la última parte es la que más corresponde a la realidad. A ver, esta es la sexta vez que soy ministro.

Seis veces con cuatro presidentes. Realmente, para mí, marcar la casilla de ser ministro no era en absoluto un interés personal, sino más bien un compromiso con el país, con una construcción institucional y con una necesidad.

El país todavía está en un momento delicado, difícil, en el que se requiere todo el esfuerzo y el compromiso de todos los que podemos aportar algo por Bolivia.

Yo asumí ese compromiso. Un compromiso que nace desde lo familiar, desde hacer algo por el país donde viven mi familia, mis hijos, mis nietos, hasta la necesidad de aportar todo lo aprendido en más de veinte años en distintos países de América Latina y el Caribe.

Hablas de ordenar, transparentar y construir un país que describes como arrasado. En lo personal, ¿qué tan duro ha sido enfrentarte a una realidad peor de la que imaginabas?

Ha sido más duro de lo que pensaba, en términos de lo que esperaba encontrar en el país; incluso peor, la verdad.

Nunca tuve una expectativa positiva sobre lo que íbamos a encontrar, pero sí tenía una mayor expectativa sobre la velocidad a la que podríamos avanzar.

Y eso no se dio. No se dio por diferentes razones: políticas, institucionales, por la propia dinámica del equipo, entre otras.

Para mí, esa es la mayor frustración. Hubiera querido avanzar mucho más rápido, y creo que la gente también esperaba resultados más ágiles.

Quienes te conocemos sabemos que tienes un perfil muy profesional y de bajo protagonismo en un entorno donde prima lo político. ¿Ese carácter te ha



servido o ha sido una desventaja en un mundo donde predomina la exposición en pantallas y redes?

En redes no soy alguien con mucha experiencia; la fui adquiriendo durante la campaña.

Es la nueva realidad y está claro que hay que adaptarse. Pero no soy un showman, para nada, y no lo voy a ser.

Nunca voy a hacer algo o pretender ser alguien que no soy. La cercanía que he construido con la gente parte de lo que soy, de lo que puedo dar, de lo que puedo ofrecer y de lo que puedo decir.

Y lo que diga, lo haré siempre pensando en que le sirva a la sociedad, en que aporte a la función que estoy cumpliendo y, por sobre todo, en que sea lo correcto.

Lo correcto tiene que estar siempre sobre la mesa.

Coordinar un gobierno en crisis implica tomar decisiones, muchas veces incómodas. ¿Cuáles han sido los principales obstáculos que has tenido que enfrentar hasta ahora?

Las decisiones deben tomarse de manera colectiva, no como imposiciones.

El liderazgo del presidente es muy claro: es un constructor de consensos, un dialogador por naturaleza.

Mi naturaleza es distinta; soy más ejecutivo, me gusta tomar decisiones y obtener resultados.

Esa combinación funciona bien. A veces uno se acelera y tiene que frenar, lograr consensos y construir acuerdos para que las decisiones tengan más fuerza, más impacto y sean más funcionales a los objetivos que se buscan.

Planteas auditar el pasado y encontrar responsables. ¿Hasta dónde estás dispuesto a llegar, incluso si eso implica romper equilibrios políticos?

Hasta el final, hasta el fondo. No es posible permitir que Bolivia vuelva a pasar por un periodo como el que ha vivido.

Ha sido una estafa total, un saqueo del país; han arrasado verdaderamente a Bolivia.

Hay responsables y tienen que rendir cuentas ante la justicia. Bolivia necesita recuperar lo que es suyo.

Nadie tiene derecho a llevarse el dinero de los bolivianos.

Esto aplica para el pasado, el presente y el futuro. Es una conducta ética que debemos mantener todos, y los bolivianos debemos fiscalizarnos entre nosotros.

No se puede jugar con los recursos del país, y menos en un país pobre como el nuestro.



Lo que ha ocurrido no puede repetirse, y es responsabilidad de todos evitarlo.

Describes un país sin recursos, sin reservas y con meses complejos por delante. ¿Cómo se sostiene emocionalmente alguien que debe comunicar eso todos los días?

Es difícil, porque lo ideal sería dar buenas noticias todos los días. A todos nos gustaría hacerlo.

Pero la realidad es otra: es la de un país en una situación crítica. Sin embargo, cada día estamos mejor que el anterior, y eso es lo positivo.

Aunque no son las noticias que la gente espera, porque la gente es impaciente y quiere resultados rápidos, también entiende que estamos en el camino correcto.

Se han cometido errores y han tenido costos, tanto para la población como para el gobierno.

Pero mantenemos un rumbo y somos sinceros respecto a lo que podemos ofrecer. El país va a estar mejor. Cada día estará mejor, aunque todavía sea difícil.

Y eso es algo que no siempre es fácil de comprender para quienes esperan resultados inmediatos.

Este gobierno enfrenta señales de fragilidad en temas sensibles, como

la gasolina o las proyecciones económicas. ¿Se está logrando transmitir control y rumbo, o existe el riesgo de que la incertidumbre marque la gestión?

No creo que la incertidumbre marque esta gestión. Creo que será la certidumbre.

Aunque sea difícil, vamos a decir hacia dónde vamos, a qué ritmo y con qué costo.

Ha habido problemas como los que mencionas, y se han corregido, tal vez no con la rapidez ni con los resultados que todos quisiéramos, pero se han corregido.

El país debe entender que no se puede construir sobre la inestabilidad. La estabilidad tiene que ser sólida y, principalmente, económica.

Pero también está claro que no hay crecimiento posible —y que incluso puede haber recesión— si no hay una transformación productiva profunda.

Eso implica cambiar el país de raíz, aprobar leyes estructurales en hidrocarburos, minería e inversiones; generar certidumbre y devolver seguridad jurídica.

Nadie va a invertir en un país donde no se siente seguro, y eso es natural.

No se puede sostener un país únicamente con inversión pública. La inversión privada es la que genera empleo permanente, y no llegará, ni externa ni interna, si no hay seguridad jurídica ni confianza en la justicia.

Esa es la base que tenemos que construir. Esa es la certidumbre que vamos a dar.

Si tuvieras que mirar desde afuera del cargo, como ciudadano, ¿confiarías hoy en el gobierno del que formas parte?

Sí, confiaría. Porque tendría la certeza de que este gobierno va a decir la verdad en todo momento, por dura que sea.

Esa es la base de la confianza. La confianza se construye y se comprueba.

Las palabras se las lleva el viento; los actos son los que quedan.

Y los actos que vienen, así como los que ya se han tomado desde el inicio, como la eliminación del subsidio y mostrar al país la realidad con la que se recibió, serán coherentes con lo que se ha planteado.

Por eso, sí confiaría en un gobierno que dice la verdad. ■



ESPECIAL

COSAS MODA

COSAS Moda reúne estilo, inspiración y lujo en una edición dedicada a celebrar la moda en sus distintas expresiones, con diseñadoras, editoriales y notas que exploran su universo creativo.



ERICKA
SUÁREZ WEISE
y sus COSAS favoritas

Revistas.PeruRadio.net.pe

En el caso de Ericka Suárez Weise, la moda aparece como un lenguaje que une herencia, oficio y visión contemporánea. Fundadora de WEISE, la diseñadora boliviana pertenece a la tercera generación de una familia dedicada a la alta costura, y desde esa memoria construyó una marca de prêt-à-couture donde la tradición técnica dialoga con una mirada actual, femenina y profundamente personal.

Por Ana Sofía Cabezas/ Foto David Núñez/ Apoyo en producción de moda Martina Eguino

Hablar de Ericka es hablar de una diseñadora que creció entre el oficio y la alta costura. Fundadora de WEISE, pertenece a la tercera generación de una familia dedicada a este universo, y desde ahí construyó una marca con identidad propia, donde tradición y mirada contemporánea dialogan con naturalidad. En 2025, ese recorrido tuvo uno de sus hitos más importantes al recibir el premio RTW Latin Designer of the Year en el Latin American Fashion Summit.

Su estilo personal, sin embargo, se mueve desde otro registro: más silencioso, más depurado y muy fiel a sí misma. Se define como clásica y sencilla, aunque siempre con una pieza que destaque. Los pantalones negros son la prenda que más repite en su clóset, y cuando no sabe qué ponerse recurre a una fórmula infalible: blanco y negro. A eso suma zapatos planos, no zapatillas, una pulsera que casi nunca se quita y una preferencia clara por el negro total. Si hay algo que atraviesa sus respuestas es la idea de una elegancia sobria, sin excesos, donde menos es más.

Incluso cuando habla de tendencias, Ericka deja ver una mirada muy definida. Le atraen las joyas con formas orgánicas, como pequeñas pepitas de oro, pero le cuesta imaginarse llevando estampados. Entre lo cómodo y lo arriesgado no elige un solo lado: prefiere una moda que combine ambas cosas. Y ahí también se percibe una sensibilidad que parece venir de lejos, marcada por la inspiración de su madre y su abuela, dos figuras fundamentales en su acercamiento a la moda y en la historia misma de su oficio.

Entre sus recuerdos más intensos apareció uno que resume muy bien la relación entre vida y trabajo en su trayectoria: el backstage de un desfile en 2019, cuando estaba embarazada de nueve meses de Emilia. Lo recuerda como un momento de adrenalina total, casi un "doble nacimiento", una escena que quedó inscrita tanto en la historia de su marca como en su memoria personal. No sorprende, entonces, que la primera prenda que la hizo sentirse increíble haya sido su vestido de novia, la misma pieza que asegura que nunca botaría.

Cuando piensa en los diseñadores que admira, menciona nombres que revelan bastante bien su sensibilidad: Chanel y Dior por el oficio, Alexander McQueen por la poética de sus formas y sus inspiraciones, e Iris van

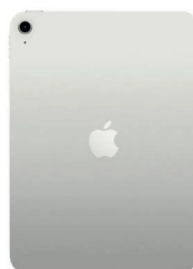


TIRAS PARA COLGAR EL CELULAR

Un hallazgo práctico que se volvió aún más útil con la maternidad. "Han sido el mejor descubrimiento desde que soy mamá".

Herpen por su capacidad de investigar materiales, tecnologías y nuevas posibilidades para la alta costura. En esa combinación de craftsmanship, búsqueda formal e innovación también se puede leer algo del ADN de WEISE.

Sobre la moda boliviana, Ericka destaca su espíritu pujante y, sobre todo, el valor del capital humano que sostiene esta industria. Cree que la mano de obra es uno de sus grandes motores y que todavía hace falta estructura, herramientas y políticas que faciliten la exportación y la proyección del país hacia afuera. Desde su mirada, no se trata de paternalismo, sino de abrir caminos para que el talento pueda crecer. En ese mapa, ve a Santa Cruz como uno de los lugares con mayor potencial para la moda: una ciudad cada vez más cosmopolita, creativa y productiva, donde empiezan a construirse nuevos imaginarios desde la cultura, los jóvenes y la vestimenta. ■



IPAD

La herramienta que la acompaña todos los días, tanto en el trabajo como en sus momentos de pausa. "Es imprescindible para mi día a día".



MONEDERO DE ANDINE STUDIOS

Compacto y funcional, le permite llevar todo lo esencial en un solo objeto. "Todas mis tarjetas, mis documentos y todo lo cargo en este monedero".



KISS KISS BEE GLOW, DE GUERLAIN, EN EL COLOR HONEY GLOW

Un básico de cartera que suma hidratación y un valor afectivo especial. "Me lo regaló mi amiga Andrea, así que amo tenerlo".

PARISIAN MUSC, DE MATIÈRE PREMIÈRE

Un imprescindible que la acompaña todos los días y refleja su gusto por los pequeños rituales personales. "Nunca puede faltar un perfume, alguna muestra de perfume en mi cartera".





LILIANA
CASTELLANOS
y sus COSAS favoritas

Revistas.PeruRadio.net.pe

Sofisticación, practicidad y atemporalidad: así definió Liliana Castellanos su estilo, una visión que también atravesó su trabajo y su manera de entender la moda. Lejos del ruido de las tendencias, la diseñadora boliviana apostó por la fluidez, el equilibrio y una elegancia que nació tanto de la imagen personal como de la historia que cada prenda podía llevar consigo.

Por Ana Sofía Cabezas/ Producción de Moda Martina Eguino/ Asistente de fotografía y producción Ian Belzu

Hablar de Liliana Castellanos fue hablar de una moda boliviana que encontró en la alpaca, la sobriedad y la elegancia una forma propia de proyectarse al mundo. Con una trayectoria consolidada y una marca vinculada a las fibras nobles y al lujo hecho en Bolivia, construyó un lenguaje estético reconocible, donde la identidad y la excelencia convivieron con naturalidad.

Esa mirada también se reflejó en sus elecciones más personales. Si tuviera que resumirse en tres palabras, eligió “sofisticación, práctica y atemporalidad”. Su fórmula infalible fue tan simple como contundente: pantalón negro y blusa blanca. A eso sumó un pañuelo de seda, el negro total como favorito y una idea que parecía ordenar todo su universo estético: menos es más. Más que hablar de tendencias, prefirió hablar de fluidez, una noción mucho más libre, más íntima y también más fiel a su carácter.

Su vínculo con la moda nació temprano y tuvo raíces profundas. Recordó a su abuela materna como una mujer adelantada a su época, con una sensibilidad especial para el estilo. Creció entre hilos, retazos y moldes, en un entorno que fue formando su sensibilidad casi de manera inevitable. Entre sus memorias más queridas apareció también una escena que pareció anticiparlo todo: aquel abrigo que tomó del clóset de su madre y que luego transformó con ayuda de su abuela para desfilarlo a los 12 años. Esa prenda, convertida en una pequeña travesura fundacional, resumió muy bien el origen de una vocación que después se volvió camino.

Cuando habló de la moda en Bolivia, puso el énfasis en el rescate de lo ancestral y en el valor de las manos bolivianas, capaces de convertir oficio, memoria y tradición en piezas con verdadera identidad. Pero también dejó clara una convicción: al talento boliviano todavía le hacían falta más oportunidades para cruzar fronteras, llegar a ferias y pasarelas internacionales y encontrar nuevos espacios donde crecer. Buena parte de su inspiración siguió naciendo, justamente, en esos rincones del país que todavía guardaban algo intacto, casi secreto.

Para Liliana, sentirse bien vestida no dependió solamente de la ropa, sino de algo anterior: la imagen personal, la prolijidad, el cuidado y la forma en que una persona se presenta ante el mundo. Lo demás, dijo, acompañaba. Y quizás por eso una de las piezas más especiales de su trayectoria condensó tan bien su visión de la moda: un sacón masculino realizado en baby alpaca y vicuña, diseñado especialmente para el rey de España y elaborado con detalles personalizados. Más que una anécdota, fue una manera de confirmar que la moda boliviana, cuando se sostuvo en identidad, oficio y calidad, pudo estar a la altura de cualquier escenario. ■



PAÑUELO DE SEDA

Un detalle que suma color y estampado con naturalidad. “Le doy un toque de color, de estampado”.



CARTERITA JOYA

Pequeña, especial y con mucha personalidad, aporta un aire singular al conjunto. “Tiene un estilo galería, estilo museo, y me parece icónica”.



ESTOLA DE BABY ALPACA VERDE

Ligera, práctica y fácil de llevar, es una pieza que acompaña el día a día y también los viajes. “La siento como una compañera de todos los días”.



VESTIDO TAPADO DE SEDA NATURAL

Diseñado por Liliana Castellanos, expresa su visión de una elegancia funcional. “Es muy práctica”.



ISABEL ÁLVAREZ

y sus COSAS favoritas

Revistas.PeruRadio.net.pe

Isabel Álvarez construyó su camino en la moda desde la práctica, la observación y el trabajo con las manos. Fundadora de Folk (de los pueblos), la diseñadora paceña desarrolló una propuesta donde el textil, el cuerpo y las técnicas artesanales dialogan de manera constante.

Por Ana Sofía Cabezas/ Producción de Moda Martina Eguino/ Fotografía Ian Belzu

Isabel Álvarez es una diseñadora que encontró en el hacer una manera de pensar. Fundadora de Folk (de los pueblos), comenzó explorando el diseño de bolsos hasta llegar a una indumentaria con fuerte impronta textil, donde la lana de alpaca, las técnicas artesanales y el trabajo junto a artesanas y artesanos forman parte esencial de su universo creativo.

Su manera de vestir, de hecho, dialoga con esa misma lógica. Cómodo, amplio y relajado: así describió su estilo, una definición que también se traduce en sus elecciones de todos los días. La prenda que más repite es la polera negra, básica y versátil, y su uniforme infalible combina zapatillas, un Levi's 501 negro, otra polera negra y un canguro. A eso suma un reloj, accesorio indispensable en jornadas intensas. En su mirada, la comodidad no está reñida con la fuerza estética. Por eso, cuando tuvo que elegir entre extremos, se quedó con el negro total, las zapatillas y una moda "cómoda pero arriesgada".

Más que adherirse a una sola tendencia, le interesa este momento en que todo puede dialogar con todo: texturas, tipologías y formas conviviendo con libertad. Esa idea tiene sentido dentro de una trayectoria que nunca se pensó desde una fascinación convencional por la moda, sino desde el trabajo manual y desde la relación entre la tela y el cuerpo. En la entrevista contó que empezó haciendo cosas con las manos y que, cuando Folk

nació como marca de carteras, apareció de forma inevitable esa pregunta por la corporalidad. Desde entonces, le interesa justamente ese tránsito entre el material, el cuerpo vestido y su dimensión social.

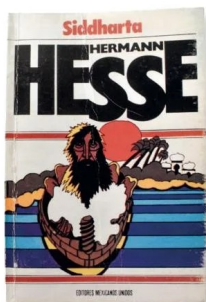
Cuando recordó sus momentos más libres con la ropa, habló de la niñez: una etapa en la que mezclaba todo con todo, sin filtros y sin que nadie cuestionara cómo iba vestida. También evocó un pequeño quiebre personal: el día en que dejó los tacos por unas zapatillas y sintió una seguridad distinta, más cercana a sí misma. Esa misma lógica parece prolongarse en una de las prendas que más atesora: una chompa oversized en baby alpaca de su colección Sirena Morena, que conservó como muestra y que hoy forma parte de su vida cotidiana.

Al pensar la moda en Bolivia, Isabel puso el acento en algo que no siempre se ve a simple vista: la relación humana detrás de cada prenda. Valora especialmente la cercanía con quienes participan en el proceso y cree que ahí hay una solidez muy propia del diseño autoral boliviano. También considera que el país vive un momento fértil, con propuestas cada vez más claras y voces más definidas, aunque todavía queda camino por recorrer para construir un ecosistema más cohesionado. Y si algo la hace sentirse realmente bien vestida, lo tiene claro: estar cómoda, segura y rodeada de materiales agradables y sólidos. ■



RELOJ DE SU ABUELITA

Una pieza familiar cargada de memoria y afecto. "Es una pieza que valoro muchísimo".



LIBRO SIDDHARTHA, DE HERMANN HESSE

Uno de los objetos más antiguos y valiosos de su mesa personal. "Me ha dado muchos pensamientos, muchos recursos".



KIMONO DE FOLK

Desarrollado en telar de pedal, es una pieza que también condensa diálogo, negociación y búsqueda. "Me gusta esa pieza porque me lleva como a preguntarme cosas".



CEDRÓN

Una presencia efímera, pero esencial, en su búsqueda de centro y calma. "Concentrarte en un aroma tan profundo es algo que te puede ayudar mucho a volver a tu centro".



MALA

Un objeto reciente, pero muy significativo en su vida cotidiana. "Son 108 respiraciones que me han ayudado en mi vida en momentos de decisiones importantes".



BOSS THE COLLECTION

Amplía su guardarropa olfativo con tres nuevas fragancias

Hay fragancias que acompañan y otras que terminan de definir una presencia. En esa segunda categoría se inscribe BOSS The Collection, la línea con la que la firma traslada su idea de estilo al terreno del perfume. Inspirada en piezas esenciales del guardarropa BOSS, la colección incorpora ahora tres nuevas creaciones gender-neutral que amplían su propuesta con una mirada refinada, contemporánea y fiel al universo de la marca.

Por Redacción COSAS/ Fotos BOSS

En una casa como BOSS, la moda y la fragancia responden a una misma lógica: ambas forman parte de la manera en que una persona se expresa. A partir de esa conexión, BOSS The Collection fue concebida como un guardarropa olfativo, una colección de composiciones que visten a quien las lleva del mismo modo en que lo hace una prenda bien elegida. COSAS pone la mirada en esta propuesta porque resume con claridad una idea de lujo actual, precisa y bien construida, en la que el perfume deja de ser un gesto aislado para convertirse en una extensión natural del estilo.

La colección tomó como punto de partida las piezas esenciales del universo BOSS para crear un portafolio de fragancias que capturó la quintaesencia de la marca a través del aroma. Cada composición funcionó como una oda a una prenda atemporal, desde una chaqueta de cuero impecable hasta una camisa blanca perfecta, y reveló el poder de la moda y de la perfumería para dejar una impresión inconfundible. En ese cruce

entre elegancia clásica, calidad y estilo, BOSS dio forma a lo que definió como olfactive tailoring.

La propuesta se construyó sobre contrastes precisos y sobre una selección de ingredientes impecables, pensados para traducir la identidad de la firma en clave olfativa. La idea fue simple y sofisticada a la vez: así como cada tradición tiene su código de vestimenta, cada ocasión puede encontrar su fragancia. Con esa premisa, BOSS The Collection completó ahora su guardarropa con tres nuevas expresiones unisex que tomaron ingredientes icónicos de la perfumería fina y los magnificaron a través de facetas inesperadas. El resultado amplió las posibilidades de quienes entienden el perfume como una firma personal capaz de adaptarse a distintos momentos.

TRES NUEVAS EXPRESIONES OLFATIVAS

La primera de estas incorporaciones fue Wild Violet, una Eau de Parfum creada por Aurélien Guichard. Llena de una ter-

nura libre y desatada, la fragancia se inspiró en el impacto de una chaqueta de terciopelo y cuero y presentó la nota icónica de violeta desde una perspectiva nueva. En contraste con un audaz acorde de cuero, la flor reveló una faceta salvaje e inimitable. La apertura combinó cardamomo y ciprés en una mezcla fresca que fue resaltando poco a poco la fuerza inesperada de la violeta. Desde el corazón emergió una nota floral sin ataduras, intensificada por un acorde verde y cuero. El resultado fue una composición cautivadora, pensada para quien abraza lo imposible con confianza y estilo.

La segunda novedad, Fearless Pepper, llevó la firma de Karine Dubreuil-Sereni y capturó el estilo inolvidable de una camisa azul de algodón. Esta Eau de Parfum sorprendió desde la primera aplicación con el atractivo especiado y envolvente del aceite de pimienta, una nota que dejó una impresión inmediata. La composición llevó esa intensidad un paso más allá al enfrentar las notas de pimienta con un acorde mineral fresco. De perfil amaderado, acuático y especiado, Fearless Pepper propuso una fragancia de fuerte personalidad, marcada por un filo moderno y por una energía que invitó a expresar el lado más audaz de quien la lleva.

La tercera incorporación fue Exhilarating Vanilla, creada por la perfumista Ane Ayo. Esta Eau de Parfum Intense tomó como punto de referencia el atractivo sensual de una bomber jacket de lana color crema y mostró una nueva faceta de la vainilla, más profunda, misteriosa y envolvente. La composición se abrió con notas especiadas de cardamomo guatemalteco, que prepararon el terreno para una vainilla intensa y persistente, transformada de manera inesperada por un poderoso acorde amaderado y



ahumado. Con su firma ámbar y amaderada, Exhilarating Vanilla se presentó como una fragancia capaz de atraer la atención con una sensualidad sofisticada y segura.

En conjunto, estas tres nuevas creaciones reforzaron la idea de que BOSS The Collection no se limitó a reunir perfumes, sino que construyó un vestuario olfativo coherente con el lenguaje de la marca. Cada una respondió a una prenda, a una actitud y a una manera distinta de habitar el estilo, ampliando así las posibilidades de una colección concebida para acompañar ocasiones diversas sin perder unidad.

UNA PRESENTACIÓN A LA ALTURA DE LA COLECCIÓN

Las nuevas fragancias fueron presentadas en los frascos de vidrio característicos de BOSS The Collection, con acabado thermo-luster, que destacó los tonos violeta intenso, azul suave y amarillo dorado del líquido en su interior como si se tratara de un tejido precioso. La propuesta visual se completó con una etiqueta texturizada de inspiración couture y con un elegante empaque cilíndrico que reforzó la imagen pulida de estas composiciones.

Para cada perfume, una imagen artística en tonos complementarios acompañó la presentación y lo mostró junto a una selección de sus notas distintivas, elegidas de manera cuidadosa. Así, la dimensión visual terminó de sostener una propuesta en la que fondo y forma avanzaron de la mano.

Con estas tres incorporaciones, BOSS The Collection reafirmó una visión clara de la perfumería: la de un aroma que no solo acompaña, sino que viste, define y deja huella. En esa unión entre moda y fragancia, BOSS encontró una forma precisa de traducir su universo en clave olfativa, con composiciones pensadas para adaptarse a distintos momentos sin renunciar a la elegancia, la calidad ni al estilo que distinguió siempre a la firma. ■



ROLEX EN WATCHES AND WONDERS

La mirada de Isabella Peña Céspedes sobre el arte de la relojería

En Watches and Wonders 2026, Rolex volvió a destacar con una presentación en la que las novedades del Oyster Perpetual, el reloj que este año celebra su centenario, dialogaron con la historia y el lenguaje de la marca. Desde Ginebra, Isabella Peña Céspedes, corresponsal de COSAS para esta especial ocasión y experta en relojería y joyería de lujo de Eurochronos, comparte su mirada sobre una experiencia que permitió entender de cerca tanto los nuevos modelos como la manera en que Rolex construye su relato.

Por Ana Sofía Cabezas/ Fotos Isabella Peña y Rolex



Cada año, Ginebra se convierte en el punto de encuentro más importante del universo relojero. Watches and Wonders es hoy la gran cita del sector, el espacio donde las casas más influyentes presentan sus novedades, muestran avances técnicos y dejan ver el rumbo estético y mecánico de la temporada. Para Isabella, que asistió por tercer año consecutivo, estar ahí significa entrar en el epicentro mismo de ese mundo: un lugar donde conviven historia, innovación, savoir-faire y una mirada profundamente cultural sobre el tiempo.

Dentro de ese escenario, Rolex volvió a destacar con una propuesta que no se limitó a exhibir relojes. La marca construyó una experiencia inmersiva que, según cuenta Isabella, ayudaba a comprender mucho mejor el sentido de cada lanzamiento. Hubo una mini exhibición con piezas icónicas, objetos del pasado, avisos vintage y un short film de cuatro minutos que guiaba al visitante por la historia del Oyster. Para ella, ese recorrido fue clave: una cosa es ver un reloj en redes o en fotografías, y otra muy distinta es probárselo en la muñeca y entenderlo dentro de una historia más amplia.

UNA CELEBRACIÓN BIEN PENSADA

Este año, Rolex convirtió al Oyster Perpetual en el eje de una celebración especialmente significativa. A cien años del Oyster, el primer reloj de pulsera hermético de la casa, la marca eligió rendir homenaje a esa herencia con novedades puntuales, muy pensadas y muy bien narradas. Esa es, precisamente, una de las ideas que más le quedaron a Isabella tras la visita al booth: la sensación de que Rolex sabe exactamente qué quiere mostrar, qué quiere lanzar y qué quiere comunicar.

Más que una acumulación de piezas, lo que se sintió en Ginebra fue una construcción coherente. El storytelling, la activación visual, la manera en que el archivo y las novedades dialogaban entre sí, todo parecía responder a una misma intención. Esa coherencia le dio aún más peso a los lanzamientos y reforzó una idea fundamental en la relojería de alto nivel: la innovación no siempre necesita estridencia, pero sí convicción.

Entre las novedades que más llamaron la atención estuvo el Oyster Perpetual 36, realizado en acero Oystersteel y distinguido por una esfera multicolor con motivo Jubilee. Fue, sin duda, una de las piezas que más impactó a Isabella. Ella lo recuerda como un reloj celebratorio desde la primera mirada: una esfera colorida, viva, con una energía poco habitual dentro de los códigos más tradicionales de la marca.

Lo que más le interesó, sin embargo, no fue solo el efecto visual, sino todo lo que existe detrás de esa apariencia. La esfera,

compuesta a partir de diez tonalidades, exige una ejecución minuciosa en la que cada color se aplica de forma consecutiva. Ese trabajo técnico, casi invisible a simple vista, fue lo que hizo que la pieza le resultara todavía más especial. Hay relojes que atraen por presencia, y otros que crecen a medida que se entiende su complejidad. En este caso, ambas cosas ocurrieron al mismo tiempo.

Otra de las novedades centrales fue el Oyster Perpetual 41 en Rolesor amarillo, una versión que reinterpreta la combinación de acero Oystersteel y oro amarillo en clave conmemorativa. Aquí, la referencia al centenario se vuelve explícita: la inscripción "100 years" aparece a las 6, mientras que la corona luce el número 100 en relieve. A eso se suma una esfera pizarra con acentos verdes que refuerzan el carácter singular de la pieza.

Isabella identifica este modelo como uno de los más especiales de la presentación justamente por esa carga simbólica. En su lectura, no se trata solo de un reloj nuevo, sino de una forma de celebrar el heritage de la marca y de hacer visible, con

sutileza, la importancia histórica del Oyster. Ahí aparece una de las mayores virtudes de Rolex en esta edición: convertir un aniversario en una novedad deseable, sin perder sobriedad ni precisión.

La familia se amplió también con dos propuestas de metal precioso que llevaron el Oyster Perpetual hacia un terreno aún más rico en matices. El Oyster Perpetual 28 en oro amarillo de 18 quilates incorpora una esfera green stone con índices de heliotropo, mientras que el Oyster Perpetual 34 en oro Everose de 18 quilates presenta una esfera blue stone con índices de dumortierita. En ambos casos, Rolex introdujo

piedras naturales y una estética satinada que da a las superficies una apariencia aterciopelada inédita en piezas realizadas íntegramente en metal precioso.

Dentro de esas incorporaciones, Isabella menciona el modelo de oro amarillo con esfera verde, al que describe como un verdadero espectáculo. Su reacción tiene sentido: es una pieza que une la calidez del oro con una esfera de personalidad marcada, y que deja ver cómo Rolex puede abrir espacio al color y a la textura sin alejarse de su vocabulario histórico. El Oyster Perpetual 34, por su parte, completa esa lectura desde una variante más sutil y sofisticada, en la que el Everose y el azul piedra proponen una expresión distinta, pero igual de refinada.

Al final, lo que quedó para Isabella no fue solo el recuerdo de determinados relojes, sino una impresión más amplia sobre la forma en que Rolex entiende su lugar dentro de la relojería contemporánea. La marca no solo presentó novedades; construyó una experiencia completa alrededor de ellas. ■



VESTIR HISTORIAS, CONSTRUIR INDUSTRIA

Por Martina Eguino | Stylist y productora de moda

En esta edición, Martina Eguino se suma al especial de moda de COSAS desde su mirada como stylist y productora de moda. Con formación en estilismo y producción de moda en un curso de Vogue en Madrid, España, aporta una perspectiva que busca acercar las propuestas de diseñadores bolivianos a una lectura más cotidiana, inspiradora y conectada con la manera en que la moda se vive.

“La moda boliviana siempre se ha mostrado desde la superficie. Desde lo que vemos, lo que admiramos, lo que aspiramos a ser. Pero pocas veces nos detenemos a mirar más allá.

Esta nueva sección nace desde esa intención: acercarnos. Entrar en la moda desde un lugar distinto, más humano, más real. Porque detrás de cada prenda, de cada colección y de cada historia, hay un equipo de personas que trabaja intensamente para que podamos vestir algo hecho en nuestro país.

Y es desde ahí que, junto a Sofía Cabezas y el equipo de COSAS, construimos este espacio. Un espacio que busca mirar la moda desde otro lugar: más cercano, más honesto. Personas con procesos, con distintos gustos y necesidades. Personas que, aunque hoy ocupen un lugar importante dentro de la industria, siguen siendo tan humanas como cualquiera de nosotros.

Y es ahí donde esta nueva sección se convierte en algo especial: en la posibilidad de adentrarnos en las mentes que están construyendo la moda desde Bolivia, un país cuya riqueza es innegable en sus tejidos, en sus técnicas, en su cultura y en su talento. Un país capaz de dialogar entre su alta costura y su street style con la misma fuerza, con la misma identidad. Un país que no tiene nada que envidiar y que merece ser visto, reconocido y compartido a nivel internacional.

Pero, además, esta sección es una invitación a acercar la moda a quienes la leen. Desde el styling, buscaremos traducir estas propuestas en inspiración real, en formas de usar, interpretar y conectar con prendas de diseñadores bolivianos desde lo cotidiano.

Porque la moda no solo se admira. Se vive. Y, en ese vivirla, el apoyo entre nosotros se vuelve fundamental. Reconocer lo nuestro, valorarlo y hacerlo visible también es parte de construir una industria más fuerte y más consciente. Porque la moda no solo se trata de ropa. Se trata de historias y de las personas que las visten. Y aquí queremos contarlas de una manera distinta”. ■



INSTINTO MODERNO

Inspirada en un look de la Semana de la Moda de Copenhague 2025, esta propuesta reúne piezas bolivianas para mostrar cómo una referencia global puede traducirse en un lenguaje propio.

Menos reglas, más intención: un balance entre lo intuitivo y lo construido.



1. Saco Fortuna YAPA. 2. Botas NARDA 3. Kara bag ANDINE STUDIOS
4. Lentes Franco ANTISOCIAL BOL
5. Gorra BURBANK 6. Abrigo LILIANA CASTELLANOS 7. Pantalón FOLK



ESPECIAL MODA

Revistas.PeruRadio.net.pe

COSAS CONSOLIDA SIETE AÑOS LIDERANDO EL RECONOCIMIENTO A LA SOSTENIBILIDAD EN BOLIVIA



En un contexto donde el compromiso ambiental y social dejó de ser una opción para convertirse en una necesidad, la revista COSAS reafirma su rol como plataforma clave para visibilizar y promover el cambio. La séptima versión del Reconocimiento a la Sostenibilidad COSAS 2026, realizada en La Paz, no solo celebró a quienes están marcando la diferencia, sino que consolidó una trayectoria de siete años posicionando esta iniciativa como una de las más influyentes del país en materia de desarrollo sostenible.

Desde su creación, este reconocimiento ha evolucionado hasta convertirse en un punto de encuentro entre el sector público, privado y la sociedad civil, generando una conversación necesaria sobre el futuro de Bolivia. En esta edición, organizada en alianza con la Embajada de España en Bolivia, el Ministerio de Planificación del Desarrollo y Medio Ambiente, Pacto Global Bolivia y Laboratorios Bagó de Bolivia, se reunió a autoridades, cuerpo diplomático, organismos internacionales y líderes empresariales en torno a una agenda común: impulsar iniciativas de impacto real.

La apertura del evento estuvo a cargo de Carla Tejerina, junto a voces clave como Fernando García Casas, Jorge Ávila, Lucía Sossa y María René Centellas, quienes coincidieron en la importancia de generar alianzas y fortalecer el compromiso multisectorial.

Durante la ceremonia, COSAS reconoció a empresas, fundaciones y líderes que están impulsando cambios concretos en distintas áreas, desde la innovación empresarial hasta el impacto social. Entre ellos, Minera San Cristóbal S.A., Toyosa, Grupo Minero Sinchi Wayra, Samuel Doria Medina, la Fundación Mercantil Santa Cruz Puedes Creer, PIL Bolivia, Banco FIE, SOBOCE,

Cervecería Boliviana Nacional, BancoSol, Tigo y Alicorp, entre otros actores que hoy forman parte activa de la transformación sostenible del país.

Más allá de los reconocimientos, el evento integró una feria de emprendedores, reforzando la apuesta de COSAS por visibilizar nuevas generaciones de agentes de cambio. Proyectos como “Semilla”, liderado por Raúl Ernesto Bernal, la Maestranza Limachi de Oscar Limachi Chambi, y “Pacay”, de Irma Zegarra, evidenciaron el impacto de los programas de apoyo al emprendimiento en Bolivia.

El encuentro cerró con un cóctel acompañado por Huari y una propuesta gastronómica junto a Duman, en una velada que combinó networking, celebración y propósito.

A lo largo de estos siete años, COSAS no solo ha reconocido buenas prácticas: ha construido una plataforma que impulsa conversación, genera visibilidad y conecta actores clave. En un momento en que el desarrollo sostenible exige acciones concretas, este reconocimiento se reafirma como un termómetro del compromiso empresarial y social en Bolivia, y como una iniciativa líder que continúa marcando agenda. ■





VIDA SOCIAL

EL MUNDO SOCIAL ESTÁ EN COSAS



La Paz

WINEFEST BOLIVIA 7ª EDICIÓN

WineFest Bolivia dio inicio a su séptima edición con una velada que reunió a amantes del vino en torno a una nueva celebración de la cultura vitivinícola. El encuentro marcó el comienzo de esta nueva versión, reafirmando su lugar como una de las citas más esperadas para quienes disfrutan de este universo en el país.



Tarija

BODA ANDREA OVIEDO-DIEGO SOLANA

En un entorno lleno de encanto y detalles cuidadosamente pensados, Andrea Oviedo Poppe y Diego Solana Giménez celebraron su unión en los jardines de la Destilería Casa Real en Tarija, en una ceremonia marcada por la emoción y la compañía de amigos y familiares.

Como previa, los novios compartieron un almuerzo ofrecido por Jaime Paz Zamora en El Picacho, donde los invitados disfrutaron de un bufet criollo acompañado de danzas, música tradicionales, así como las emotivas palabras del anfitrión y de su hijo el Presidente Rodrigo Paz. Fue un encuentro íntimo que anticipó una celebración inolvidable.



Santa Cruz

LANZAMIENTO BI

Betty Ibáñez presentó BI, su marca de moda de autor, con un evento que reunió a invitados especiales en un encuentro que dio a conocer su primera colección Otoño / Invierno 2026. La mañana se desarrolló como una experiencia inmersiva en el universo de la diseñadora, donde se revelaron las piezas y el concepto de esta nueva propuesta creativa, marcando el inicio de una nueva etapa en su trayectoria.



Santa Cruz

DIOR COLOR TOUR 2026

Dior presentó su Color Tour 2026 con una *masterclass* exclusiva en Cosmet, donde clientas y creadoras de contenido conocieron las novedades de la línea Dior Forever. La sesión, guiada por expertos de la marca, ofreció técnicas y asesorías personalizadas en un encuentro enfocado en la innovación y la experiencia en maquillaje.







La Paz
INTI CELEBRÓ 90 AÑOS

Droguería INTI celebró su 90 aniversario con un cóctel que reunió a invitados especiales, autoridades y representantes de distintos sectores para conmemorar nueve décadas de historia, compromiso y aporte al bienestar de los bolivianos. Durante la velada se destacó el legado de la compañía y su impacto en el país, en un encuentro que combinó reconocimiento y proyección hacia el futuro.





La Paz

4.ª EDICIÓN DE HEFORSHE BOLIVIA

En el marco de la cuarta edición de HeForShe en Bolivia, impulsada por Fundación Iguales en alianza con ONU Mujeres, se realizó el encuentro “Acciones por la Igualdad de Género”, una velada que reunió a líderes empresariales y actores clave del país en el Hotel Europa. Durante la cita se reconoció a referentes del sector privado que vienen contribuyendo activamente al desarrollo del talento femenino y a la promoción de mayores oportunidades para las mujeres.



La Paz

HILUX ELÉCTRICA

TOYOSA presentó la nueva Hilux Ki eléctrica, incorporando por primera vez en el país una versión 100% eléctrica de su modelo insignia. La propuesta combina su reconocida fortaleza con tecnología de vanguardia, marcando un nuevo paso hacia la movilidad sostenible en Bolivia.





GUSTAVO MÉNDEZ

ITALIA EN LA COPA

Con una mirada estratégica y de largo plazo, *El Pasaporte del Vino* da un paso decisivo en su consolidación como referente de vinos europeos en Bolivia. La incorporación de más de 35 etiquetas italianas no solo amplía su portafolio, sino que propone al consumidor una experiencia distinta, más elegante, más diversa y profundamente conectada con la tradición vitivinícola del Viejo Continente. Gustavo Méndez, su fundador, lo resume con claridad: “debíamos hacer mucho trabajo para educar el paladar para que experimenten un estilo nuevo y distinto”.

Por Carla Tejerina/ Foto archivo Gustavo Méndez

Desde sus inicios, la marca apostó por un crecimiento sostenido. Tras la pandemia, el mercado local se inclinó hacia vinos argentinos intensos, lo que planteó un desafío. “Sabíamos que era un proyecto a largo plazo”, explica Gustavo, quien decidió introducir primero etiquetas de España y Francia antes de dar el siguiente paso natural: Italia. Hoy, esa evolución se traduce en un posicionamiento sólido, “hemos podido consolidar a EPDV como el referente de los vinos europeos en Bolivia”, comenta.

CURADURÍA QUE COMBINA PRESTIGIO Y ACCESIBILIDAD

La nueva selección italiana responde a una lógica clara basada en calidad, prestigio y diversidad. Gustavo buscó etiquetas de bodegas reconocidas a nivel mundial, manteniendo una amplia gama de precios. “Elegimos más de 35 nuevas etiquetas que van desde los Bs110 hasta Bs5.000”, señala,

alcanzando así un portafolio cercano a las 150 opciones. Esta amplitud permite democratizar el acceso sin perder el carácter exclusivo de la propuesta.

REGIONES, UVAS Y CARÁCTER, EL ALMA DE ITALIA

La primera importación se centra en tres regiones emblemáticas: Toscana, Emilia Romagna y Véneto. Cada una aporta identidad a través de sus uvas autóctonas, un rasgo distintivo del vino italiano. “El mercado probará, tal vez por primera vez, vinos hechos con uvas Sangiovese, Lambrusco y Glera”, destaca Gustavo Méndez. Desde Chiantis cotidianos hasta Brunellos complejos, pasando por Proseccos expresivos, la colección ofrece un recorrido sensorial por Italia.

MÁS QUE VINO UNA EXPERIENCIA PARA DESCUBRIR

La apuesta no se limita a la botella. El Pasaporte del Vino acompaña este lanza-

miento con cenas maridaje y catas en espacios especializados del eje troncal. El objetivo es claro: generar cultura y conexión. “Queremos que continúen descubriendo el mundo del vino”, afirma Gustavo, quien busca que cada degustación sea una puerta de entrada a nuevas emociones.

UNA INVITACIÓN A SENTIR

Más allá de la técnica o el origen, la propuesta apunta a una experiencia. Para quienes prueban estos vinos por primera vez, el deseo es que encuentren algo más que sabor, “que entiendan por qué al planeta le gusta tanto consumir estos vinos finos y elegantes”, afirma.

Italia llega así, no solo como una nueva línea dentro del portafolio, sino como una declaración de estilo, sofisticación, equilibrio y el arte de disfrutar sin prisas. ■

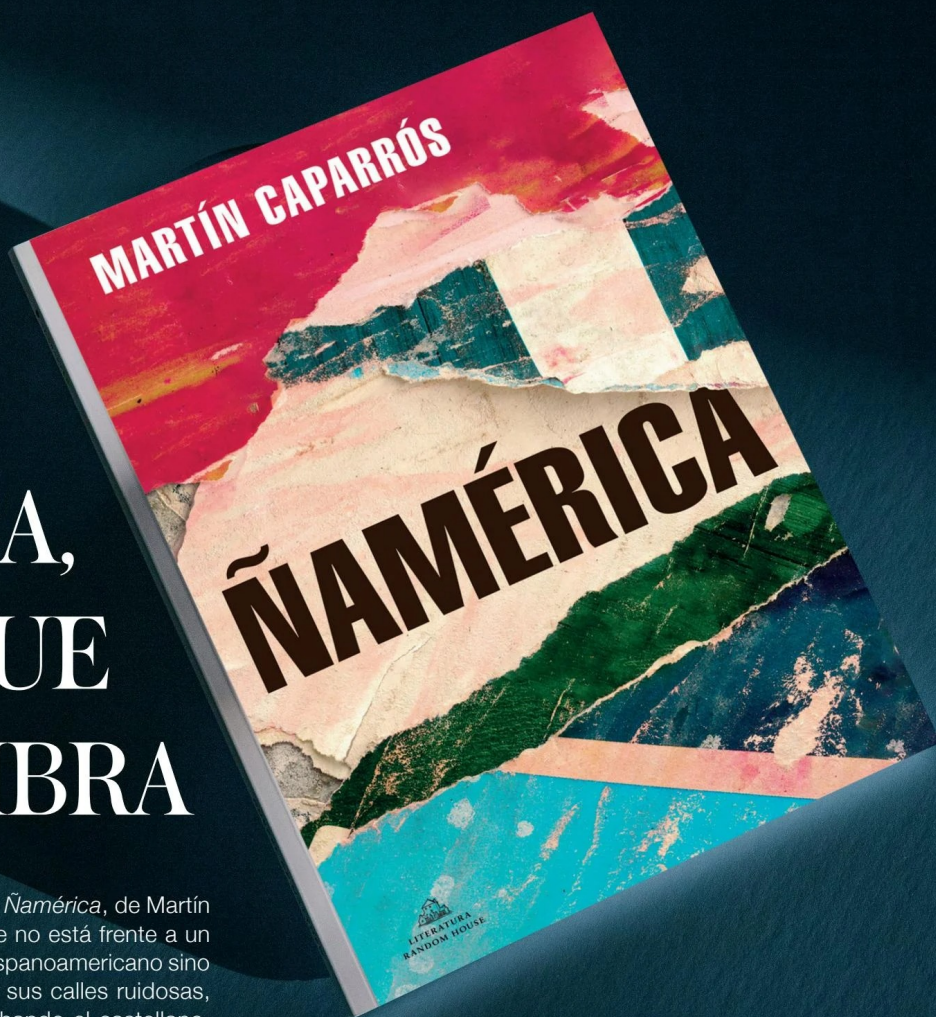
ÑAMÉRICA, LA EÑE QUE NOS NOMBRA

Por Homero Carvalho Oliva

Desde las primeras páginas de *Ñamérica*, de Martín Caparrós, el lector siente que no está frente a un ensayo sobre el continente hispanoamericano sino dentro de él, caminando por sus calles ruidosas, respirando su polvo y escuchando el castellano, pronunciado en mil acentos distintos que, sin embargo, se entienden y entremedio de las palabras la eñe como signo de identidad.

El autor desmonta los clichés folclóricos: debajo de la imagen bucólica y rural que el mundo consume como postal, aparece la verdad incómoda de un continente que ya no vive en el campo sino en las ciudades, en esos organismos desmesurados que crecieron sin plan y sin piedad. “Las ciudades se han convertido en estos monstruos inasibles, tan inquietos”, escribe Caparrós. Conozco muchas de las ciudades que recorre el libro y comparto sus observaciones. Ciudad de México, el “monstruo inasible” por antonomasia, donde el lujo y la miseria se rozan en cada esquina con la indiferencia de dos extraños. Bogotá, “la ciudad rescata-da”, que aprendió a mirarse sin vergüenza. Caracas, “la ciudad herida”, que sangra desde hace décadas sin que nadie atine a curarla. La Habana, detenida en el tiempo como una fotografía que nadie se atreve a revelar. Buenos Aires, abrumada por su propio peso intelectual y sentimental. Managua, sacudida por una revolución que se traicionó a sí misma. Y El Alto, “la ciudad inesperada”, esa Bolivia india y emprendedora que desafía todos los moldes capitalistas. Y más allá de todo Chichicastenango y su mercado, “un refugio, un resto: de los mercados de antes de la unificación del made in China; de una cultura que el mundo se va tragando poco a poco”.

Caparrós entiende a las ciudades como seres vivos y lo hace desde la crónica que es el género que se toma en serio la calle, el rumor, el detalle que parece intrascendente y sin embargo lo dice todo. El libro no elude los temas más oscuros: la violencia, analizada no como fenómeno policial sino como síntoma cultural.



En México matar se ha convertido en un lenguaje, en una semiótica del terror donde los cuerpos colgados y las decapitaciones son mensajes que controlan territorios. “Se mata porque matar es gratis”, afirma, y cuando habla de Medellín, en los años feroces: “Y hay un olor muy fuerte, que debe ser a muerto”.

También hay espacio para la reflexión sobre lo que nos sostiene y lo que nos entretiene. El fútbol, esa “máquina de ficciones” funciona como una religión con más creyentes que el propio cristianismo, y que exporta su materia prima, los jugadores, hacia los estadios europeos con la misma lógica con que el continente exporta minerales y café. La comida, ese otro territorio de identidad: el ceviche peruano y los tacos mexicanos elevados a la categoría de *haute cuisine* por las clases altas, en un proceso que el autor describe como “gentrificación” de lo popular, y de cómo el capitalismo convirtió en un lujo lo que nació del hambre y la necesidad.

Y la migración, esa quinta ola de partida en la que millones de ñamericanos abandonan sus países empujados por la desesperanza, rumbo a Estados Unidos o Europa. Miami emerge en este relato como la “capital de Ñamérica”, el lugar donde se refugia el capital de la región y donde se construye, paradójicamente, una identidad latina más consciente de sí misma que la que existe en los propios países de origen. Caparrós demuestra con rigor y elegancia que las patrias son mitos modernos contruidos para dividirnos. La lengua, en cambio, es lo que realmente nos une. *Ñamérica* es un libro necesario e incómodo. Necesario porque nos obliga a vernos sin los filtros del orgullo nacional ni del exotismo turístico. ■



PICANTE DE LENGUA EN LA CASA DEL CAMBA

Por Daniela Murialdo

Una amiga hace unos años (cuando la medicina en Bolivia era solo precaria y todavía no gozaba de tecnología avanzada) me hizo notar que los cruceños o benianos viajaban a Sao Paulo y no a Santiago (como lo hacen algunos paceños) a que los atendieran de males médicos, por un obvio conocimiento del ecosistema regional, más que por una elección según el ranking latinoamericano de los mejores hospitales: en la clínica chilena Las Condes, por ejemplo, los doctores difícilmente entenderían al paciente aquejado con *pitai* o *chikungunya*...

Antes de caer en cuenta de que hasta en las enfermedades este país parece estar dividido en tres estados federales (el altiplánico, el valluno y el amazónico), sufrí una especie de choque cultural que en el fondo me avergonzó. En un viaje al Madidi hicimos una escala en la casa familiar del guardaparques que nos guiaría durante el paseo fluvial, en San Buenaventura. Recuerdo con la cabeza gacha esa mesa de desayuno repleta de alimentos y líquidos para mí extraños: rellenos de tripa, masaco, pan batido y jugos de copoazú, camu-camu y majo.

Pedro Portugal, a propósito de una disertación reciente de Quya Reyna, escribió sobre la percepción de esta investigadora y escritora alterña de los comportamientos de la inmigración de gente del occidente en Santa Cruz: estos inmigrantes, "en su gran mayoría de origen indígena quechua y aymara, no exhiben obcecaciones identitarias, sino que se caracterizan más bien por su esfuerzo para insertarse en el marco social y cultural cruceño (...)"

Me cuelgo de ese párrafo porque escribo este artículo desde un hotel en Santa Cruz de la Sierra, en un momento particularmente cultural.

Por una generosa acogida del rector de la Universidad Católica y amigo, Óscar Ortiz, vine a presentar mi libro a esta verde ciudad (La Paz, entre los ladrillos y los cerros, es más bien terracota).

El editor y yo éramos los únicos "forasteros" en la testera y casi en todo el auditorio. Allí reencontré cercanos excompañeros del colegio de Sucre, ya completamente afinados en esta parte, y otros con los que cursé un diplomado, dictado por la Universidad Privada de Santa Cruz, en el que antes que una colla, era yo una camarada más.

No pretendo hacer un llamado cursi a la unidad de las regiones, ni mucho menos negar los contrastes existentes entre ellas; pese a que, una vez instaladas en otros lugares, las personas, por lo general, intentamos despojarnos de ciertos rasgos o costumbres que hacen evidentes las diferencias (me pasó cuando llegué a Bolivia) para lograr una inserción más natural. Por eso, podríamos pensar que los orureños se encuentren más cómodos en Potosí que en Trinidad, pero también que los tarjeños se sientan menos ajenos en Salta que en Cochabamba.

Mientras me sumergía en este ejercicio improvisado de sociología al vuelo, llegó la luz que iluminaba el menú del restaurante La Casa del Camba ofreciendo picante de pollo, picante de lengua y silpancho, que, hasta donde sé, no son precisamente platos típicos del Oriente. Pero ahí están, alzando la voz para recordarnos, con algo de sorna, que ellos, junto con el majao, son platos bolivianos.

Paula Peña, una de las invitadas a comentar la obra, reconocida historiadora e intelectual, jamás había escuchado mi nombre, y mucho menos me había leído antes de que le enviara el libro (pese a que uno de los medios cruceños en los que publico mi columna quincenal es un periódico inveterado), y se lo adelantó al público con admirable franqueza. Eso hizo que la ilusión de integración de los bolivianos, que no debería suponer una amenaza a la identidad individual, a través de la cultura o el comercio, se viera menos ingenua y más gratamente real. Todos tenemos nuestra propia pequeña nación en este inmenso país, pero podemos reconocernos tanto en el paisaje verde, como en el terracota. ■

ADDISON RAE

DE FENÓMENO DIGITAL A FIGURA REAL DE LA INDUSTRIA

Muchos pensaron que Addison Rae sería una de tantas figuras que aparecen con fuerza en redes y desaparecen con la misma velocidad. Sin embargo, con el tiempo, su nombre ha empezado a instalarse en espacios donde la viralidad ya no es suficiente. Más allá de su origen en TikTok, su evolución hacia la música, el cine y la moda revela algo más interesante: una construcción de carrera que ya no depende del algoritmo. Hoy, verla en nuevos proyectos deja de sorprender y empieza a confirmar una idea que hace unos años parecía improbable.

Por Redacción COSAS/ Fotos Shutterstock

Durante un tiempo, su nombre parecía inseparable de TikTok. Addison Rae fue una de las figuras que definieron esa primera gran generación de creadores capaces de convertir contenido cotidiano en alcance global. Sus videos de baile, su presencia constante y su carisma la posicionaron rápidamente como una de las personas más seguidas de la plataforma.

Pero ese mismo fenómeno que la impulsó también la encasilló. En la industria tradicional, la fama digital suele ser vista como efímera, difícil de traducir en una carrera sostenible. Addison Rae no fue la excepción a esa percepción.

EL INICIO: CUANDO TODO ERA INMEDIATO

Su crecimiento fue tan rápido que no hubo tiempo para construir una narrativa más allá de la viralidad. En pocos meses pasó de ser una creadora más a convertirse en un rostro omnipresente. Era parte de un sistema donde el contenido se consumía rápido y se olvidaba aún más rápido. Ese contexto explica por qué su siguiente paso fue observado con tanta atención.

EL PRIMER INTENTO: FAMA SIN CREDIBILIDAD

Su salto al cine con *He's All That* (2021) fue recibido con escepticismo. La película no logró sostenerse ni a nivel crítico ni en conversación cultural, y reforzó una idea

que ya estaba instalada: la de una influencer intentando ocupar un espacio para el que no estaba preparada. Ese momento pudo haber sido un punto final. Para muchas figuras digitales lo es. Pero en su caso, funcionó como un punto de ajuste.

REESCRIBIR LA NARRATIVA

En lugar de insistir en el mismo camino, Addison Rae empezó a moverse de forma más estratégica. Su incursión en la música, inicialmente vista como un intento más de capitalizar su fama, comenzó a tomar forma con el tiempo. El EP *AR* (2023) marcó un cambio evidente: había una estética, una intención y una búsqueda más clara.

Canciones como *2 die 4*, junto a Charli XCX, no solo ampliaron su alcance, sino



LACMA

GUCCI

ART+FILM

LACMA

GU

ART+FILM

GUCCI

AR

LACMA

ART+FILM

que la posicionaron en un circuito distinto. Su música empezó a circular en espacios donde la conversación no gira en torno a números, sino a identidad artística.

LA VALIDACIÓN QUE NO VINO DEL MAINSTREAM

Uno de los puntos más interesantes de su evolución es que la legitimación no llegó desde el centro de la industria, sino desde sus márgenes. La cercanía con figuras como Charli XCX y su inserción en un entorno creativo más experimental cambiaron la percepción sobre su trabajo. Dejó de ser únicamente una influencer con aspiraciones musicales para convertirse en una figura que, poco a poco, encontraba su lugar dentro del pop contemporáneo.

UNA SEGUNDA OPORTUNIDAD EN EL CINE

El cine también le dio una nueva lectura. En *Thanksgiving* (2023), su presencia fue mejor recibida y evidenció una evolución. No fue un giro radical, pero sí suficiente para modificar la narrativa: Addison Rae ya no

estaba improvisando, estaba aprendiendo. Esa diferencia es clave. En una industria donde la percepción pesa tanto como el talento, demostrar progreso es parte del proceso de validación.

LA CONSTRUCCIÓN DE UNA IMAGEN

En paralelo, su relación con la moda se volvió más clara. Addison Rae dejó atrás la estética puramente digital para construir una imagen más editorial, más alineada con el lenguaje de la industria. Sus apariciones comenzaron a sentirse más pensadas, menos espontáneas, más coherentes con una figura que busca consolidarse. No es un cambio superficial. En el contexto actual, la moda funciona como una extensión del posicionamiento artístico.

EL VALOR DE ENTENDER EL MOMENTO

Lo que distingue a Addison Rae de muchas otras figuras de su generación es su capacidad para entender el momento. No desapareció para reinventarse ni se quedó atrapada en la lógica de TikTok.

Optó por una transición progresiva, ajustando su exposición y eligiendo mejor sus movimientos. Ese equilibrio es difícil de lograr. Y, en su caso, empieza a dar resultados.

LO QUE VIENE

Hoy, Addison Rae ocupa un lugar distinto al de sus inicios. No es aún una figura completamente consolidada dentro de la industria tradicional, pero ya no depende exclusivamente de su origen digital. Su presencia en música, cine y moda sugiere una carrera en construcción, con más control y dirección que antes.

En una generación donde muchas trayectorias se diluyen rápidamente, la suya plantea una posibilidad diferente: la de convertir la visibilidad en una plataforma real. No inmediata, no perfecta, pero sí sostenida.

Y quizás ahí está el verdadero cambio. Addison Rae ya no necesita demostrar que puede ser algo más que una estrella de redes. Ahora, lo que está en juego es qué tan lejos puede llevar esa transformación. ■



PASIÓN POR LA IMAGEN



¡Escanéame!



reeldxtfilms

Revistas.PeruRadio.net.pe

